

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM INDÚSTRIA CRIATIVA

MESTRADO PROFISSIONAL

Trabalhos de Conclusão – 2023



Trabalho de Conclusão

Título: ANÁLISE DA INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL NA FABRICAÇÃO DE CERVEJAS ARTESANAIS UTILIZANDO LEVEDURAS LOCAIS

Autor: MAURICIO SECHAUS DA SILVEIRA

Abreviatura: SILVEIRA, M. S.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 29/06/2023

Resumo: Com o crescente número de cervejarias artesanais novas no mercado brasileiro, inovar e criar produtos diferenciados que despertem o interesse do consumidor deste tipo de produto cada vez mais é um desafio. A pesquisa enfoca o uso de leveduras selvagens locais por cervejarias artesanais, uma vez que esse tipo de prática pode ajudar as cervejarias a inovarem e criar diferenciação percebida em seus produtos. O estudo tem como objetivo geral, analisar como a utilização de leveduras locais em processo fabril de cervejarias artesanais contribui com a inovação de produto, marketing, organizacional e processos. Com base na estratégia de estudos de caso múltiplo e nas técnicas de coleta de dados por meio de entrevistas em profundidade, pesquisa documental, foi adotada uma abordagem qualitativa para o desenvolvimento desta pesquisa, seguindo uma análise dedutiva. Os resultados da pesquisa evidenciaram a contribuição das leveduras selvagens na criação de um terroir criando diferencial competitivo, inovação de produto, de marketing, organizacional e de processos nas cervejarias. Resultaram também na constatação do impacto econômico positivo quando da utilização de leveduras e insumos locais no processo de fabricação da cerveja artesanal, contribuindo também para a valorização da identidade cervejeira regional.

Palavras-Chave: Cerveja artesanal;Inovação;Leveduras;Insumos locais

Abstract: With the growing number of new craft breweries in the Brazilian market, innovating and creating differentiated products that arouse consumer interest in this type of product is increasingly a challenge. The research focuses on the use of local wild yeasts by craft breweries, as this type of practice can help breweries innovate and create perceived differentiation in their products. The general objective of the study is to analyze how the use of local yeasts in the manufacturing process of craft breweries contributes to product, marketing, organizational and process innovation. Based on the strategy of multiple case studies and data collection techniques through in-depth interviews, documentary research, a qualitative approach was adopted for the development of this research, following a deductive analysis. The results of the research showed the contribution of wild yeasts in the creation of a terroir, creating a competitive differential, product, marketing, organizational and process innovation in breweries. They also resulted in the verification of the positive economic impact when using yeast and local inputs in the craft beer manufacturing process, also contributing to the appreciation of the regional brewing identity.

Keywords: Craft beer;Innovation;Yeasts;Local inputs

Orientador: DUSAN SCHREIBER

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/286178>



Trabalho de Conclusão

Título: COOPERATIVISMO DE PLATAFORMA NA INDÚSTRIA CRIATIVA: ANALISANDO (IM)POSSIBILIDADES A PARTIR DA VIVÊNCIA DE MÚSICOS INDEPENDENTES

Autor: TIELI VARGAS DE ALMEIDA

Abreviatura: ALMEIDA, T. V.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 31/03/2023

Resumo: O uso das plataformas pelos usuários mostra que essa é uma forma viável de trocas comerciais de serviços diversos. Observa-se, igualmente, um avanço de um movimento de plataformas cooperativas, criadas com princípios solidários, voltados para o crescimento de seus cooperados. Entende-se que uma plataforma cooperativa poderia auxiliar, por exemplo, artistas independentes da música a criar conexões no meio digital. Assim, como problema de pesquisa se apresenta o seguinte questionamento: de que maneira uma plataforma cooperativa pode se tornar uma alternativa para expandir a atuação de músicos independentes na indústria criativa? Para responder à questão, estabeleceu-se como objetivo geral analisar se as cooperativas de plataforma podem auxiliar na expansão do trabalho e na atuação de músicos independentes dentro da indústria criativa. Para desenvolver a pesquisa, foi realizada uma pesquisa bibliográfica para o levantamento de ideias e de conceitos que envolvem os temas. Realizou-se também uma pesquisa exploratória com abordagem qualitativa e quantitativa e estudos de caso múltiplos, com dois modelos de plataforma, utilizando entrevistas convertidas em texto para a análise. A partir dos estudos de caso, foi possível desenvolver um questionário estruturado para músicos independentes, a partir da compreensão da realidade das plataformas. Na segunda etapa de pesquisas obteve-se o total de 6 entrevistados que apresentam diferentes percepções sobre o tema pesquisado, bem como enfrentam distintos desafios e possuem suas próprias e individuais formas de enfrentá-los. Identificou-se, a partir dos resultados, que os músicos independentes entrevistados não se adaptam ao trabalho colaborativo, em virtude de se enxergarem como concorrentes no mercado fonográfico, tem dificuldades para pensarem como uma organização. Assim sendo, identifica-se que a colaboração entre músicos independentes, que seria a base para se pensar em uma cooperativa de plataforma, ainda precisa ser trabalhada por esses atores, para, em um momento futuro, pensar em uma organização cooperativa.

Palavras-Chave: Economia Compartilhada; Indústria Criativa; Músicos Independentes; Plataforma; Plataforma Cooperativa.

Abstract: The use of platforms by users shows that this is a viable way of engaging in various commercial exchanges. Likewise, there is an advancement of a cooperative platform movement, created with solidarity principles aimed at the growth of its members. It is understood that a cooperative platform could assist, for example, independent musicians in establishing connections in the digital realm. Therefore, the following research problem arises: How can a cooperative platform become an alternative to expand the involvement of independent musicians in the creative industry? To address this question, the general objective was established to analyze whether platform cooperatives can aid in the expansion of work and the involvement of independent musicians within the creative industry. In order to conduct the research, a bibliographic survey was carried out to gather ideas and concepts related to the topics. Additionally, exploratory research with a qualitative and quantitative approach and multiple case studies were conducted, involving two platform models, using interviews transcribed into text for analysis. Based on the case studies, it was possible to develop a structured questionnaire for independent musicians, derived from the understanding of the platform reality. In the second stage of



the research, a total of 6 interviewees were obtained, who presented different perceptions regarding the researched topic, as well as faced distinct challenges and had their own individual ways of addressing them. It was identified from the results that the interviewed independent musicians do not adapt to collaborative work due to perceiving themselves as competitors in the phonographic market and having difficulties in envisioning themselves as an organization. Therefore, it is identified that the collaboration among independent musicians, which would be the foundation for considering a platform cooperative, still needs to be developed by these actors in order to potentially think about a cooperative organization in the future.

Keywords: Platform; Platform Cooperativism; Creative Industry; Sharing Economy; Independent Musicians

Orientador: VANIA GISELE BESSI

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/285289>



Trabalho de Conclusão

Título: CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO NA ADVOCACIA PÚBLICA: ESTUDO DE CASO DO PG-INOVA, O LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO DA PGE RJ

Autor: CINARA DE ARAUJO VILA

Abreviatura: VILA, C. A.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 15/08/2023

Resumo: Esta dissertação aborda o tema criatividade e inovação na cultura organizacional da advocacia pública. O objetivo central do estudo é investigar quais mecanismos podem promover novas capacidades, habilidades e atitudes voltadas para inovação organizacional. Para alcançar esse objetivo, foram estabelecidos como objetivos específicos: analisar as dinâmicas da Procuradoria Geral do Estado do Rio de Janeiro através do seu laboratório de inovação; identificar ferramentas e práticas disponíveis para desenvolvimento da criatividade e compreender melhor o ambiente de trabalho e sua perspectiva para promoção da inovação. O referencial teórico utilizado aborda conceitos relacionados à inovação e criatividade no setor público. Autores como Amabile(2016), Vagn, Clausen e Gish (2018), Anderson; Potocnik; Zhou, (2014), Bruno-Farias, Veiga e Macêdo(2013) e outros são fundamentais para embasar a análise. A pesquisa foi conduzida por meio de entrevistas qualitativas com membros do laboratório da Procuradoria Geral do Estado do Rio de Janeiro, contemplando profissionais com diferentes níveis de experiência que integram o laboratório. As entrevistas foram analisadas utilizando a técnica da Análise Textual Discursiva, combinada com documentos oriundos do portal da PGE-RJ(planejamento estratégico, plano diretor de TI e Comunicação, mapa e identidade institucional)e a participação em evento de inovação, denominado "Convergência" promovido pela Procuradoria. Os resultados indicam que a criatividade e a inovação na advocacia pública são desafios constantes. As Procuradorias precisam conciliar as demandas da prática jurídica com a busca por soluções criativas e inovadoras para melhoria do arranjo organizacional com objetivo de melhoria na gestão de dados. Além disso, compreender a importância da gestão, do planejamento estratégico e da adoção de ferramentas adequadas para impulsionar a cultura organizacional voltada para resultados na advocacia pública envolve entender os mecanismos de criatividade e inovação.

Palavras-Chave: Advocacia pública;Criatividade;Inovação;Gestão

Abstract: This dissertation addresses the theme of creativity and innovation in public advocacy. The central objective of the study is to investigate mechanisms that can promote creativity and innovation to enhance public service delivery, fostering transparency, efficiency, and effectiveness. To achieve this goal, the following specific objectives were established: to analyze the dynamics of the State Attorney General's Office of Rio de Janeiro through its innovation laboratory; to identify available tools and practices for organizational creativity and to better understand the work environment for fostering innovation. The theoretical framework used encompasses concepts related to innovation and creativity in the public sector. Authors such as Amabile (2016), Vagn, Clausen, and Gish (2018), Anderson; Potocnik; Zhou (2014), Bruno-Farias, Veiga, and Macêdo (2013), among others, are essential to underpin the analysis. The research was conducted through qualitative interviews with members of the State Attorney General's Office of Rio de Janeiro, including professionals with different levels of experience who are part of the laboratory. The interviews were analyzed using the Discursive Textual Analysis technique, combined with documents from the PGE-RJ portal (strategic planning, IT and Communication master plan, institutional map, and identity), and participation in an innovation event promoted by the Attorney General's Office. The results indicate that creativity and innovation in public advocacy are



ongoing challenges. The State Attorney General's Offices need to balance the demands of legal practice with the pursuit of creative and innovative solutions to improve public services. Additionally, understanding the importance of management, strategic planning, and the adoption of appropriate tools to drive an organizational culture focused on results is crucial.

Keywords: Public Advocacy; Creativity; Innovation; Management

Orientador: CRISTIANO MAX PEREIRA PINHEIRO

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/286885>



Trabalho de Conclusão

Título: EFEITOS MULTICANAIS E ENGAJAMENTO DO CLIENTE: UM ESTUDO EM UMA COOPERATIVA DE CRÉDITO

Autor: LUCIMARA GOMES

Abreviatura: GOMES, L.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 30/03/2023

Resumo: As tecnologias têm influenciado a vida das pessoas de diversas formas, inclusive mudando a maneira como elas executam suas atividades. Existem uma infinidade de aplicativos e sites que fornecem todo o tipo de produto e serviços, sem a necessidade de as pessoas saírem de casa, tudo ao alcance da mão. Essa diversidade de produtos e serviços impactam a concorrência entre as empresas, as quais precisam investir em novos recursos tecnológicos para se tornarem competitivas. As cooperativas de crédito também são afetadas, mesmo com uma proposta diferentes de atuação, precisam de estratégias de inovação para manter um relacionamento duradouro com os clientes. O Sicredi é uma cooperativa de crédito que busca proximidade com seus associados e valorizar o relacionamento é a missão da instituição. Diante desse cenário, a cocriação de valor se mostra relevante, pois as interações, o engajamento do cliente, se tornam recursos que geram inovação e benefícios mútuos. Para manter o cliente engajado, existe uma série de possíveis antecedentes que são importantes, sendo que a confiança e o comprometimento sentimentos relevantes para o cenário bancário. A literatura fornece pesquisas de como as percepções dos clientes, principalmente em canais digitais, influenciam seu engajamento, assim como, quais são os antecedentes de engajamento no ambiente bancários. As percepções que o ambiente físico exerce sobre a experiência do cliente e estimulam o engajamento são encontradas em menor quantidade associadas ao ambiente bancário. Considerando tanto o ambiente físico quanto o digital canais de interações que influenciam a experiência do cliente e podem gerar engajamento, cabe a essa pesquisa o objetivo de analisar como a percepção dos clientes sobre os diferentes canais de relacionamento influenciam a confiança e o comprometimento e estimulam o engajamento dos associados do Sicredi. Trata-se de uma pesquisa quantitativa que utilizou o método de modelagem de equações estruturais (MEE), a partir de questionários respondidos por 195 associados da cooperativa de crédito Sicredi. Os resultados sugerem que dentre as percepções do ambiente físico, as dimensões de serviço e instalações influenciam a identificação com a marca. Nas percepções do ambiente digital, a dimensão estética influencia a identificação com a marca, o que não foi confirmado na dimensão de comunicação. Por sua vez, a identificação com a marca, dimensão do comprometimento, exerce influência no engajamento do cliente, mais precisamente no aporte de conhecimento, gerando insumos no processo de cocriação de valor. A pesquisa apresenta contribuições relevantes para a academia, ao aprofundar a compreensão sobre cocriação de valor e engajamento do cliente. Apresenta também contribuições relevantes para o Sicredi, que poderá aprimorar a experiência do associado nos canais de interação, para estimular o engajamento dos seus associados e desenvolver relacionamentos duradouros.

Palavras-Chave: Engajamento. Cocriação de valor. Cooperativa de crédito; Lógica Dominante de Serviço; Modelagem de equações estruturais.

Abstract: Technologies have influenced people's lives in many ways, including changing the way they perform their activities. There are a multitude of applications and websites that provide all kinds of products and services, without the need for people to leave their homes, all within reach. This diversity of products and services impacts competition



between companies, which need to invest in new technological resources to become competitive. Credit unions are also affected, even with a different proposal for action, they need innovation strategies to maintain a lasting relationship with customers. Sicredi is a credit cooperative that seeks proximity to its members and valuing the relationship is the institution's mission. Given this scenario, value co-creation is relevant, as interactions and customer engagement become resources that generate innovation and mutual benefits. To keep the customer engaged, there are a number of possible antecedents that are important, with trust and commitment being relevant feelings for the banking scenario. The literature provides research on how customer perceptions, especially in digital channels, influence their engagement, as well as what are the antecedents of engagement in the banking environment. The perceptions that the physical environment exerts on the customer experience and stimulate engagement are found in smaller quantities associated with the banking environment. Considering both the physical environment and the digital interaction channels that influence the customer experience and can generate engagement, this research aims to analyze how customers' perception of the different relationship channels influence trust and commitment and stimulate engagement of Sicredi members. This is a quantitative research that used the Structural Equation Modeling (SEM) method, based on questionnaires answered by 195 members of the Sicredi credit union. The results suggest that among the perceptions of the physical environment, the dimensions of service and facilities influence brand identification. In perceptions of the digital environment, the aesthetic dimension influences brand identification, which was not confirmed in the communication dimension. In turn, identification with the brand, a dimension of commitment, influences customer engagement, more precisely in terms of knowledge, generating inputs in the value co-creation process. The research presents relevant contributions to the academy, by deepening the understanding of value co-creation and customer engagement. It also presents relevant contributions to Sicredi, which can improve the member's experience in the interaction channels, to encourage the engagement of its members and develop lasting relationships.

Keywords: Engagement; Value Co-creation; credit cooperative; Service Dominant Logic; Structural equation modeling.

Orientador: SERJE SCHMIDT

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/285277>



Trabalho de Conclusão

Título: GESTÃO DA COMUNICAÇÃO EM DISTRITOS CRIATIVOS: UMA ANÁLISE DO 4º DISTRITO DE PORTO ALEGRE

Autor: FERNANDA HACK

Abreviatura: HACK, F.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 28/03/2023

Resumo: O ambiente desta pesquisa é o 4º Distrito, em Porto Alegre, região que abrange os bairros Floresta, São Geraldo, Navegantes, Humaitá e Farrapos com foco na gestão da comunicação do espaço. A comunicação em distritos criativos compõe o tema macro deste estudo, que tem como problema de pesquisa a seguinte questão: de que maneira é realizada a gestão da comunicação no 4º Distrito e quais as falhas e impeditivos do processo para potencialização do desenvolvimento do espaço? O objetivo geral deste estudo é analisar as ações de comunicação realizadas no 4º Distrito com o intuito de identificar os problemas e impeditivos do desenvolvimento local, bem como propor uma matriz de comunicação para distritos criativos. Os objetivos específicos são: compreender as bases teóricas e conceituais que abarcam os processos de comunicação em distritos criativos; mapear os interlocutores e stakeholders que participam da gestão da comunicação e ações realizadas no 4º Distrito; propor uma matriz de comunicação para distritos criativos. Trata-se de investigação exploratória, de natureza aplicada, com abordagem qualitativa, na qual se faz uso da pesquisa bibliográfica, análise documental, levantamento de dados in loco no 4º Distrito, aplicação de entrevista e de questionários para públicos diversos, tais como: gestores, empreendedores e usuários/turistas. Os resultados revelaram que a gestão da comunicação em distritos criativos é um processo amplo e com diferenças expressivas em relação a outros tipos de processos de comunicação já consolidados, como os empresariais. Para apoiar a estruturação da comunicação de distritos criativos, foram gerados subsídios científicos que podem contribuir para o desenvolvimento de novos espaços criativos. Por fim, criou-se uma matriz de referência de processos de comunicação possível de ser aplicada em outros distritos criativos.

Palavras-Chave: Distritos Criativos; Comunicação; Participação; Empreendedorismo; Inovação

Abstract: The environment of this research is the 4th District, in Porto Alegre, a region that encompasses the Floresta, São Geraldo, Navegantes, Humaitá and Farrapos neighborhoods with a focus on the management of space communication. Communication in creative districts makes up the macro theme of this study, which has the following question as a research problem: how is communication management carried out in the 4th District and what are the failures and impediments of the process to enhance the development of the space? The general objective of this study is to analyze the communication actions carried out in the 4th District to identify the problems and obstacles to local development, as well as to propose a communication matrix for creative districts. The specific objectives are: to understand the theoretical and conceptual bases that encompass the communication processes in creative districts; map the interlocutors and stakeholders who participate in the management of communication and actions carried out in the 4th District; propose a communication matrix for creative districts. This is an exploratory investigation, of an applied nature, with a qualitative approach, in which bibliographical research, document analysis, data collection in loco in the 4th District, application of interviews and questionnaires to different audiences are used, such as: managers, entrepreneurs and users/tourists. The results revealed that communication management in creative districts is a broad process with significant differences in relation to other types of already consolidated communication processes, such as



business ones. To support the structuring of communication in creative districts, scientific subsidies were generated that can contribute to the development of new creative spaces. Finally, a reference matrix of communication processes that could be applied in other creative districts was created.

Keywords: Creative Districts; Communication; Participation; Entrepreneurship; Innovation.

Orientador: MARY SANDRA GUERRA ASHTON

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/285201>



Trabalho de Conclusão

Título: MUITO ALÉM DO CLIQUE: OS DESAFIOS DO ATO DE EMPREENDER NA FOTOGRAFIA

Autor: FERNANDA KLAUCK

Abreviatura: KLAUCK, F.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 29/03/2023

Resumo: Esta pesquisa tem como tema a gestão de carreira na fotografia e as questões que envolvem o empreender com o processo criativo de produção de fotografias. Sendo assim, procura-se analisar de que forma o fotógrafo empreendedor faz a gestão de sua carreira, tendo em vista as demandas de gestão do negócio, aliadas ao ato de fotografar. O objetivo principal do estudo é investigar práticas de gestão para fotógrafos empreendedores através de três objetivos específicos, que são: Identificar as dinâmicas de mercado a respeito dos assuntos relativos à gestão da carreira dos fotógrafos, verificar opções de ferramentas disponíveis atualmente para auxiliar na gestão de negócios de fotografia e, por último, analisar de que forma as demandas que não envolvem o ato de fotografar influenciam no desenvolvimento da empresa. Para tal, o referencial teórico aborda questões relativas à Fotografia, Indústria Criativa e Mercado, além de Trabalho, Empreendedorismo e Gestão, fundamentando-se, basicamente, em autores como Antunes (2008), Bendassolli e Wood Jr (2010), Busselle (1979), Hall (1976), Howkins (2005), Kanfer (1990), Martins (2010), Parrish (2007), Sternberg e Lubart (1991), Throsby (1994), entre outros. O desenvolvimento da pesquisa se deu através de entrevistas qualitativas com roteiro semi-estruturado com oito fotógrafos do Rio Grande do Sul, com diferentes faixas de tempo de atuação cada. A análise das entrevistas foi realizada através da técnica da Análise Textual Discursiva, proposta por Moraes (2003) e com o auxílio do software Atlas.ti. De forma geral, percebeu-se que o equilíbrio entre a fotografia e as múltiplas atribuições que vão além do ato de fotografar é o principal desafio do fotógrafo empreendedor, que precisa se estabelecer como marca (ao mesmo tempo em que tenta preservar sua vida pessoal), administrar seu tempo de forma saudável, equilibrar seu lado artista e seu lado empreendedor, além de entender a importância da gestão, dos processos e do planejamento estratégico para se manter no mercado sem deixar de lado o vínculo afetivo com a profissão – fator que o motivou a empreender.

Palavras-Chave: Fotografia; Empreendedorismo; Gestão.

Abstract: This research focuses on career management in photography and the issues that arise when combining entrepreneurship with the creative process of producing photographs. The study seeks to analyze how entrepreneurial photographers manage their careers, taking into account the demands of business management and the act of photography itself. The main objective of the study is to investigate management practices for entrepreneurial photographers through three specific objectives: identifying market dynamics related to career management for photographers, exploring the tools currently available to assist with photography business management, and analyzing how non-photography related demands impact the business development. The theoretical framework addresses issues related to Photography, the Creative Industry and Market, as well as Work, Entrepreneurship, and Management, based mainly on authors such as Antunes (2008), Bendassolli and Wood Jr (2010), Busselle (1979), Hall (1976), Howkins (2005), Kanfer (1990), Martins (2010), Parrish (2007), Sternberg and Lubart (1991), Throsby (1994), among others. The research was conducted through qualitative interviews with eight photographers from Rio Grande do Sul, each one with different levels of professional experience. The interviews were conducted using a semi-structured script, and the analysis was performed using the Discursive Textual Analysis technique proposed by Moraes (2003), aided by the



software Atlas.ti. Overall, the study found that the balance between photography and the many other demands beyond the act of photography is the primary challenge for entrepreneurial photographers. They need to establish themselves as a brand while trying to maintain their personal life, manage their time healthily, balance their artistic and entrepreneurial sides, and understand the importance of management, processes, and strategic planning to stay in the market without losing their emotional connection to their profession – which was the driving force behind their decision to become an entrepreneur.

Keywords: Photography;Entrepreneurship;Management

Orientador: CRISTIANO MAX PEREIRA PINHEIRO

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/285208>



Trabalho de Conclusão

Título: RECURSO PARA DESENVOLVIMENTO DAS TÉCNICAS FOTOGRÁFICAS UTILIZANDO TECNOLOGIA DIGITAL

Autor: CARINA DA SILVA SOUZA

Abreviatura: SOUZA, C. S.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 29/03/2023

Resumo: A fotografia está se tornando um recurso cada vez mais abrangente, sendo como forma de registro ou modo de comunicação por meio dos smartphones. Com a mobilidade dos aparelhos surgiu também a automatização das ferramentas, trazendo às pessoas uma forma mais instantânea de fotografar o que levou alguns profissionais da área a questionar o futuro do conhecimento das técnicas fotográficas considerando que o objetivo de se fotografar, tem passado por mudanças significativas no século XXI. O objetivo desta pesquisa é viabilizar o treinamento das ferramentas utilizadas no ensino da fotografia, bem como o exercício do olhar fotográfico através de um aplicativo para telefones móveis, cujas etapas para o desenvolvimento envolvem analisar os recursos digitais que já estão sendo utilizados para o ensino da fotografia, documentar uma análise para o desenvolvimento de um novo recurso a ser utilizado nos smartphones e, por fim, validar a documentação com professores da área. Foi desenvolvida uma pesquisa aplicada, de abordagem qualitativa, com o objetivo exploratório, a qual, por meio de pesquisas bibliográficas, possibilitou a elaboração de um protótipo que foi desenvolvido a partir de análise, utilizando diagramas UML, com a especificação dos requisitos funcionais e não funcionais criados para o aplicativo. Esse foi validado por professores graduados em fotografia que lecionam no ensino superior ou em oficinas.

Palavras-Chave: Fotografia; Técnica; Ensino; Tecnologia; Aplicativo.

Abstract: Photography is becoming an increasingly comprehensive resource, whether as a professional recording or a mode of communication through smartphones. With the mobility of devices, the automation of tools also started, bringing people a more instantaneous professional photographers, which led some professionals to question the future of photographic techniques, considering that the objective of taking pictures has undergone changes in the XXI century. The objective of this research is to enable the training with tools used in teaching photography, as well as the exercise of the photographic composition through an application for mobile phones, whose development steps involve analyzing the digital resources that are already being used for teaching photography, documenting an analysis for the development of a new feature to be used on smartphones and, finally, validating the documentation with professor in the field. This research was carried out, with a qualitative approach, with an exploratory objective, which, through bibliographic research, enabled the elaboration of a prototype that was developed from analysis, using UML diagrams, with the specification of functional and non-functional requirements. Functionalities created for the application. This was validated by professor graduated in photography who teach in higher education or in workshops.

Keywords: Photography; Technique; Teaching; Technology; Application.

Orientador: MARTA ROSECLER BEZ

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/285232>



Trabalho de Conclusão

Título: SUSTENTABILIDADE CULTURAL EM GRAMADO/RS: ESTUDO SOBRE A CONSTRUÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS PAUTADAS NA ECONOMIA CRIATIVA

Autor: JULIANA SUELI SEHN

Abreviatura: SEHN, J. S.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 30/08/2023

Resumo: Gramado/RS é conhecida por ser um dos principais destinos turísticos do Brasil. Cidade pertencente à Serra Gaúcha, com aproximadamente 40.000 habitantes, recebe anualmente em torno de 7 milhões de visitantes. A cidade, conhecida por sua beleza natural, herança cultural e eventos, tem se destacado como um polo criativo, atraindo visitantes e empreendedores interessados em explorar suas potencialidades. No contexto do município de Gramado, a economia criativa desempenha um papel fundamental na busca por sustentabilidade cultural, uma vez que esta tem ganhado relevância significativa, especialmente nos setores de cultura, turismo e inovação. Diante desse contexto, o objetivo geral foi analisar a construção de políticas públicas de cultura pautadas na economia criativa e sua contribuição para a promoção da sustentabilidade cultural. Os objetivos específicos são: compreender como as políticas voltadas ao desenvolvimento da economia criativa têm sido desenvolvidas e implementadas em Gramado; investigar os impactos na preservação da cultura local, no fortalecimento da identidade e na geração de oportunidades sustentáveis. Esta pesquisa é de cunho qualitativo, de natureza exploratória e descritiva, e ocorreu por meio de pesquisa bibliográfica e documental, de levantamento de dados in loco e análise dos dados coletados. Enquanto resultados, foi possível identificar o desenvolvimento e implementações de ações e programas com foco na economia criativa, no entanto, ainda muito incipientes. Percebeu-se uma preocupação da atual gestão da cultura em relação a efetivação de políticas públicas, através de legislação para que os programas iniciados tenham continuidade e não estejam sujeitos aos anseios político partidários dos próximos gestores. Foi possível identificar também a necessidade de maior interlocução entre os gestores públicos dos demais setores, vislumbrando a sustentabilidade cultural na e para a cidade de Gramado.

Palavras-Chave: Economia criativa; políticas públicas; sustentabilidade cultural; Gramado/RS

Abstract: Gramado/RS is known for being one of the main tourist destinations in Brazil. City belonging to Serra Gaúcha, with approximately 40,000 inhabitants, receives around 7 million visitors annually. In the context of the municipality of Gramado, the creative economy plays a fundamental role in the search for cultural sustainability, since it has gained significant relevance, especially in the sectors of culture, tourism, and innovation. The city, known for its natural beauty, cultural heritage, and attractive events, has stood out as a creative hub, attracting visitors and entrepreneurs interested in exploring its potential. Given this context, the general objective was to analyze the construction of public policies for culture based on the creative economy and its contribution to the promotion of cultural sustainability. The specific objectives are to understand how policies aimed at the development of the creative economy have been developed and implemented in Gramado; investigate the impacts on preserving local culture, strengthening identity, and generating sustainable opportunities. This research is qualitative, exploratory and descriptive in nature, and took place through bibliographical and documentary research, data collection in loco and analysis of the collected data. As results, it was possible to identify the development and implementation of actions and programs focused on the creative economy, however, still very incipient. It was noticed a concern of the current management of culture in relation to the effectiveness of public policies, through legislation so that the programs started have continuity and are not subject to the political desires of the next managers. It was also possible to identify the need for greater dialogue between public managers from their sectors, envisioning cultural sustainability in and for the city of Gramado.



Keywords: Creative economy;Public policies;Cultural sustainability;Gramado/RS

Orientador: MARY SANDRA GUERRA ASHTON

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/286888>

